

Analysis of Public Perception of Prucinta Products at PT Prudential Asuransi Binjai Branch

by Jurnal Emak

Submission date: 28-Apr-2022 12:36AM (UTC-0400)

Submission ID: 1822545490

File name: 48._Sindi.pdf (645.83K)

Word count: 3028

Character count: 19640

Analysis of Public Perception of Prucinta Products at PT Prudential Asuransi Binjai Branch

Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Produk Prucinta di PT Prudential Asuransi Cabang Binjai

Sindi¹⁾; Tri Inda Fadhila Rahma²⁾

^{1,2)} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: ¹⁾ Ajasindi26@gmail.com; ²⁾ triindahfadhila@uinsu.ac.id

How to Cite :

Sindi., Rahma, T. I. F. (2022). Analysis of Public Perception of Prucinta Products at PT Prudential Asuransi Binjai Branch. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan*, 3(2). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i2>

ARTICLE HISTORY

Received [28 Maret 2022]

Revised [9 April 2022]

Accepted [24 April 2022]

KEYWORDS

Perception, Sharia
Insurance, Product

This is an open access article under
the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Pandangan masyarakat pada perusahaan menjadi bagian yang penting untuk diperhatikan. Karena, pandangan masyarakat tentang perusahaan akan berpengaruh terhadap penawaran produk yang ditawarkan pada masyarakat. Citra baik perusahaan akan mempengaruhi perilaku konsumen. Karena, persepsi menjadi tolak ukur perilaku konsumen. Asuransi syariah adalah usaha untuk saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang yang melalui investasi dalam bentuk aset melalui dana tabarru' yang memberikan pola pengambilan untuk menghadapi risiko atau bahaya tertentu melalui akad yang sesuai dengan syariah. Keberhasilan perusahaan asuransi syariah tidak bisa luput dari peran masyarakat mengenai pentingnya berasuransi. Persoalan yang akan ditinjau dalam jurnal ini yaitu pemahaman dan pendapat masyarakat terhadap asuransi syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pendapat masyarakat terhadap keberadaan asuransi syariah di Binjai. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan teknik mengumpulkan data dengan studi literature dan wawancara dari masyarakat Binjai.

ABSTRACT

The public's view of the company is an important part to pay attention to. Because the public's view of the company will affect the product offerings offered to the public. The good image of the company will affect consumer behavior. Because, perception becomes a measure of consumer behavior. Sharia insurance is an effort to protect and help each other among a number of people through investment in the form of assets through tabarru' funds which provide a pattern of taking to face certain risks or dangers through contracts that are in accordance with sharia. The success of Islamic insurance companies cannot be separated from the role of the community regarding the importance of insurance. The issue that will be reviewed in this journal is the public's understanding and opinion of sharia insurance. This study aims to find out how the public's opinion on the existence of sharia insurance in Binjai. The method used in this study is a qualitative method with data collection techniques with literature studies and interviews from the Binjai community.

PENDAHULUAN

Manusia adalah makhluk sosial, dalam keseharian melakukan interaksi dengan masyarakat lainnya. Manusia saling membutuhkan satu sama lain tidak dapat dihindari. Dengan begitu, Allah mengatur hubungan antara sesama manusia agar tercipta keadilan diantara manusia tersebut. Setiap manusia melakukan perbuatan apapun itu akan dipertanggungjawabkan kepada Allah SWT, yang nantinya kebaikan yang diperbuat oleh manusia akan ditunjukkan kebaikannya. Demikian juga sebaliknya, ketika manusia melakukan suatu keburukan maka akan ditunjukkan keburukannya.

Di dalam kehidupan kita dihadapkan dengan resiko yang tidak pernah tahu kapan akan terjadi. Akan tetapi manusia wajib berusaha melakukan tindakan untuk mencegah datangnya resiko tersebut. Untuk menghadapi resiko kedepannya yang belum jelas, agar terlaksananya kesejahteraan sesama umat manusia mereka membuat suatu kelompok untuk saling bertanggung jawab, ini merupakan tumpuan manusia sebagai makhluk social. Dengan adanya asuransi syariah yang menggunakan dana tabarru ketika menghadapi resiko seperti kematian, kebakaran, biaya rumah sakit, dan lain sebagainya maka dananya akan ditanggung sesama peserta asuransi asuransi syariah.

Berhubungan dengan berkembangnya asuransi syariah saat ini tidak dipungkiri sebagian masyarakat umum banyak yang kurang mengetahui ataupun tidak memahami tentang asuransi syariah yang dinilai baru. Karena selama ini banyak masyarakat umum hanya mengetahui asuransi konvensional, karena selama asuransi konvensional lebih dikenal dulu di masyarakat umum daripada asuransi syariah.

Kehadiran asuransi syariah menjadi solusi dan salah satu pilihan dalam meminimalisir resiko, karena asuransi merupakan salah satu cara investasi menghadapi resiko di masa yang akan datang atau tidak terduga kapan datangnya. Hal ini sesuai pengertian menurut UU No 40 tahun 2014 tentang asuransi syariah adalah kumpulan perjanjian, yang terdiri atas perjanjian antara perusahaan asuransi dengan pemegang polis dan perjanjian di antara para pemegang polis, dalam rangka pengelolaan kontribusi berdasarkan prinsip guna saling menolong dan melindungi.

LANDASAN TEORI

Asuransi syariah

Adapun pengertian asuransi syariah dalam Fatwa DSN MUI Nomor 21 tahun 2002 adalah usaha saling melindungi dan tolong menolong di antara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk asset dan/atau Tabarru' yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi resiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah. Akad yang sesuai dengan syariah yang dimaksud adalah yang tidak mengandung gharar (penipuan), maysir (perjudian), riba, zhulm (penganiayaan), risywah (suap), barang haram dan maksiat.

Yang membedakan asuransi syariah dengan asuransi konvensional bisa dilihat dari akadnya. Pada asuransi syariah menggunakan akad tolong menolong dimana, sedangkan asuransi konvensional akadnya jual beli. Pada asuransi syariah kepemilikan dana milik bersama dimana, jika salah satu peserta mengalami musibah maka peserta lain akan membantu melalui kumpulan dana. Sedangkan asuransi konvensional perusahaan asuransi yang mengelola dan menentukan dana dari nasabah yang berasal dari pembayaran premi.

Prinsip dasar dalam asuransi syariah tidak berbeda dengan kajian ekonomi islam adapun prinsip asuransi syariah antara lain:

1. **Tauhid.** Setiap aktivitas kehidupan manusia harus didasarkan pada nilai-nilai tauhid merupakan suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan.
2. **Keadilan.** Adanya hak dan kewajiban antara nasabah dan perusahaan asuransi terkait dengan akad asuransi syariah. Dimana nasabah memposisikan pada kewajiban untuk membayar iuran premi setiap jadwal yang telah ditentukan serta mendapat dana santunan ketika terjadi peristiwa.

Disisi lain keuntungan perusahaan dari investasi profit yang dihasilkan ⁴sesuai dengan akad yang disepakati sejak awal.

1. Tolong menolong. Harus dengan semangat tolong menolong antara anggota serta punya niat dalam motivasi, membantu meringankan beban ¹³sama peserta ketika terjadi musibah.
2. Amanah. Prinsip amanah harus berlaku pada diri ¹³nasabah asuransi berkewajiban menyampaikan informasi yang benar berkaitan dengan pembayaran dana iuran (premi) dan tidak menimbulkan kebohongan atas kerugian yang terjadi. Jika nasabah memanipulasi informasi tidak sesuai kenyataan maka berarti telah melanggar prinsip amanah sehingga dapat dituntut secara hukum.
3. Kerelaan. Dalam islam ketika melakukan perjanjian atas dasar disetujui kedua belah pihak tanpa adanya unsur paksaan yang terjadi. Dana sosialisasi benar benar digunakan untuk tujuan membantu anggota asuransi.

Di dalam ⁴landasan fiqh asuransi syariah itu adalah sebagai sumber pengambilan hukum dalam berbisnis yang didasarkan pada nilai-nilai yang ada dalam ajaran islam. Yaitu AlQuran dan Al-hadits. Maka landasan ini tentu tidak berbeda dengan metode ²¹ sebagai ahli hukum islam.

Adapun landasan syariah dalam operasional asuransi syariah ada dua macam :

1. ²¹Sumber tekstual atau sumber tulis
2. ²¹Sumber non tekstual atau sumber tidak tertulis.

Dalam Al-Quran memang tidak dijelaskan secara utuh tentang praktek asuransi syariah dan tidak satupun ayat yang menjelaskan tentang takaful. Akan tetapi dalam Al-Quran terdapat ayat yang memuat tentang nilai-nilai asuransi syariah.

Kendala dalam perkembangan asuransi syariah. Dalam perkembangan asuransi syariah tentu tidak mudah adapun kendala yang dihadapi antara lain :

1. Ketidaktahuan masyarakat tentang produk asuransi syariah. Dengan hal tersebut masyarakat tidak mengenal asuransi syariah dikarenakan lebih mengenal asuransi konvensional. Disini perusahaan harus lebih bagus sistem kerjanya agar memperkenalkan asuransi syariah dikalangan masyarakat umum.
2. ²⁵Kurangnya sumber daya Manusia (SDM). Sumber daya manusia diperlukan karena berpengaruh terhadap kualitas perusahaan.
3. Keterbatasan modal. Alasan mengapa asuransi syariah lambat berkembang adalah karena sarana pendukung ¹³perusahaan asuransi syariah tidak memberikan promosi dan edukasi pasar yang efektif. Penerapan pasar dipertanyakan antara konsep syariah yang komprehensif dan realitas bisnis. Sangat jauh dari prinsip Syariah.
4. Dukungan pemerintah belum memadai. Sebagaimana kita masi kurang dukungan dari pemerintah sendiri terhadap perkembangan asuransi syariah seperti contohnya malaysia asuransi syariah mulai muncul 1984 yang didukung oleh pemerintahannya sendiri.

Strategi pengembangan asuransi syariah

Dalam perkembangan asuransi syariah kini nyaris semua perusahaan asuransi membentuk unit syariah. Untuk mengembangkan industri keuangan syariah Ojk pada tahun 2015 menetapkan 5 strategi dalam mendukung pertumbuhan asuransi syariah di Indonesia diantaranya yaitu :

1. Menerbitkan peraturan perasuransian syariah kedalam undang-undang nomor 40 tentang asuransi syariah.
2. Mendorong perusahaan unit syariah dalam 10 tahun kedepan
3. Membuat master plan pengembangan keuangan syariah yang bersifat rasional.
4. Melakukan sosialisasi mengenai asuransi syariah secara terus menerus kepada semua elemen masyarakat,
5. Melakukan penguatan industri melalui peringatan pengawasan

Akad-akad dalam asuransi syariah merupakan praktek bertanggung menanggung diantara sesama peserta. Ketika peserta nasabah asuransi terkena resiko yang dipertanggungjawabkan maka akan mendapatkan klaim yang berasal dari para peserta itu sendiri. Akad yang diberikan tentunya harus

sesuai dengan syariah yang tidak mengandung gharar (penipuan), maysir(perjudian),riba,zhulm (penganiayaan),risywah (suap),barang haram dan maksiat.

Tabel 1. Perbedaan asuransi syariah dengan asuransi konvensional

| No | Asuransi Syariah | Asuransi Konvensional |
|----|--|--|
| 1. | Akad. Pada asuransi syariah akadnya Tabarru | Akad. Pada asuransi konvensional jual beli |
| 2. | Pengelolaan Resiko Prinsip pengelolaan asuransi syariah adalah berbagi resiko (<i>risk sharing</i>), yaitu resiko ditanggung bersama sesama peserta asuransi | Prinsip pengelolaan resiko asuransi konvensional adalah transfer resiko (<i>risk transfer</i>) yaitu prinsip resiko dengan cara mentransfer atau memindahkan resiko peserta asuransi ke perusahaan dalam sistem dikonvensionalkan tidak ada pemisahan antara premi resiko dengan dana milik perusahaan. |
| 3. | Perbedaan Prinsip-Prinsip Pengelolaan asuransi, yaitu : 1) Prinsip Tauhid 2) Prinsip Keadilan 3) Prinsip Tolong Menolong (Ta'awun) 4) Prinsip Kerjasama (Cooperation) 5) Prinsip Amanah (Trustworthy) 6) Prinsip Kerelaan (Al-Ridha) 7) Prinsip Larangan Riba 8) Prinsip Menghindari Maisir 9) Prinsip Larangan Gharar (ketidakpastian) | 1) Prinsip Insurable Interest, hak untuk mengasuransikan yg dilakukan karena adanya hubungan atau kepentingan 2) Utmost Good Faith, prinsip ini disebut pula sebagai itikad baik. 3) Indemnity, adalah prinsip ganti rugi 4) Subrogation, adalah prinsip pengalihan hak dari tertanggung kepada penanggung setelah klaim sudah diayar |

Persepsi

Banyak pengertian persepsi menurut beberapa para ahli berikut ini :

1. Secara etimologis Sobur (2013:445) menyatakan bahwa persepsi atau dalam bahasa Inggris *perception* berasal dari Bahasa latin *perception*; dari *percipare*, yang artinya menerima atau mengambil.
2. (Mulyana, 2000) persepsi merupakan proses internal yang memungkinkan seseorang untuk memilih, mengorganisir, serta menafsirkan rangsangan dari lingkungan. Proses tersebut juga dapat mempengaruhi perilaku seseorang.
3. (Walgito, 2004) proses persepsi selain merespon terhadap stimulus tetapi juga pengalaman-pengalaman yang di alami divide menjadi satu kesatuan dengan stimulus yang di dapat sehingga seseorang tersebut dapat mempersepsikan sesuatu.
4. Suryani (2008:96) pemahaman terhadap persepsi dan proses yang terkait dalam persepsi sangat penting bagi pemasar dalam upaya membentuk persepsi yang tepat. Terbentuknya persepsi yang tepat pada konsumen menyebabkan mereka mempunyai kesan dan memberikan penilaian yang tepat. Atas dasar persepsi inilah akhirnya konsumen, tertarik dan membeli.

Jadi, dapat kita Tarik kesimpulan pengertian persepsi menurut pendapat para ahli yang sudah dijelaskan di atas. Persepsi adalah proses menerima, mengambil dan menafsirkan informasi dari lingkungan yang bisa mempengaruhi perilaku seseorang agar mempunyai kesan dan memberikan penilaian. Persepsi dimulai dengan proses fisiologis yang dikenal sebagai sensasi, bukan hanya proses psikologis. Memahami kesadaran dan proses kesadaran sangat penting untuk pembentukan kesadaran yang disengaja oleh industri asuransi syariah.

Pemahaman terhadap persepsi dan proses yang berhubungan dengan persepsi sangat penting bagi industry asuransi syariah dalam cara membentuk persepsi yang tepat sasaran.

Ada dua faktor yang mempengaruhi persepsi. Salah satunya dapat dilihat dari faktor internal dan eksternal. Berikut penjelasannya:

Faktor-Faktor intern yang mempengaruhi seleksi persepsi

Dalam menyeleksi berbagai gejala untuk persepsi, faktor-faktor intern berhubungan dengan diri sendiri. Faktor-faktor tersebut yakni sebagai berikut

- a. Kebutuhan Psikologis. Kebutuhan psikologis seseorang mempengaruhi persepsinya. mungkin ada sesuatu yang "terlihat" (tidak benar-benar ada) karena kebutuhan psikologis
- b. Latar Belakang. Latar belakang mempengaruhi apa yang dipilih secara kognitif. orang dengan latar belakang tertentu mencari orang dengan latar belakang yang sama dan mengikuti dimensi tertentu yang mirip dengan mereka.
- c. Pengalaman. Pengalaman mempersiapkan Anda untuk mencari gejala yang mungkin menyerupai orang, benda, dan pengalaman pribadi. Orang yang memiliki pengalaman buruk dengan tipe orang tertentu mungkin memilih mereka untuk tipe kesadaran tertentu.
- d. Kepribadian. Kepribadian juga mempengaruhi persepsi. Introversi dapat tertarik pada orang-orang yang serupa atau sama sekali berbeda. Berbagai faktor dalam kepribadian mempengaruhi seleksi dalam persepsi.
- e. Sikap dan Kepercayaan Umum. Sikap dan kepercayaan umum juga mempengaruhi persepsi
- f. Penerimaan Diri. Penerimaan diri merupakan sifat penting yang mempengaruhi persepsi. Mereka yang menerima kenyataan mereka dengan lebih jujur menyerap sedikit lebih banyak daripada mereka yang tidak menerima kenyataan mereka dengan sangat jujur.

Faktor-faktor ekstern yang mempengaruhi seleksi persepsi

Beberapa faktor yang mungkin memiliki dampak signifikan pada pemilihan stimulus adalah sebagai berikut:

1. Intensitas. Secara umum, rangsangan yang lebih kuat menimbulkan lebih banyak respons daripada rangsangan yang lebih lemah.
2. Ulangan. Biasanya hal-hal yang berulang dapat menarik perhatian. Pemasangan klan menggunakan faktor ini secara menguntungkan. Melalui iterasi seperti itu, orang mengingat produk dan lebih memperhatikan daripada produk lainnya yang tidak cukup sering muncul di media. Namun, pengulangan yang sering dapat menyebabkan kejenuhan sistematis dan hilangnya makna yang terlihat. Oleh karena itu, skor untuk tes ini adalah , yang menarik perhatian selama digunakan dengan hati-hati.
3. Keakraban. Keakraban Hal-hal yang akrab dan akrab semakin diperhatikan. Ini terutama benar jika tertentu tidak diharapkan dalam urutan tertentu.
4. Sesuatu Yang Baru. Faktor ini kedengarannya bertentangan dengan faktor keakraban. Akan tetapi, hal-hal baru juga menarik perhatian. sesuatu yang baru Faktor ini terdengar tidak sesuai dengan faktor keramahan. Namun, baru juga menjadi sorotan. Jika Anda mengetahui kerangka yang terkenal, sesuatu yang baru akan menarik perhatian Anda.

Produk

Permintaan produk asuransi dapat diketahui melalui premi yang dibayarkan dalam jangka waktu tertentu yang telah disepakati. Beberapa pakar asuransi syariah menyebut premi dengan istilah kontribusi (*contribution*) atau dalam Bahasa Arab disebut *Al musahamah*. Setidaknya ada dua faktor penting yang membuat asuransi syariah berkembang di Indonesia, yaitu :

1. Ruang penetrasi produk asuransi di Indonesia masih sangat luas mengingat presentase pemegang polis individual di Indonesia baru mencapai kisaran tiga persen (6,6 juta) dari total penduduk sebesar 220 juta jiwa.
2. Mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, dan kehadiran produk asuransi syariah yang sejalan dengan konsep dan nilai agama memberikan peluang besar untuk diterima oleh masyarakat luas.

Sedikitnya jumlah peserta asuransi Indonesia menjadi peluang bagi Asuransi Syariah untuk meningkatkan pangsa pasarnya, misalnya seiring dengan kebutuhan akan layanan asuransi untuk meningkatkan pendidikan anak. meningkatnya biaya kesehatan dan lain sebagainya.

Gambar. 1 Ketentuan Umum PRUCinta

Ketentuan Umum PRUCinta

Usia masuk:
1 - 60 tahun (ulang tahun berikutnya).
Pemegang Polis: 21 tahun atau 18 tahun (jika sudah menikah (ulang tahun sebenarnya)).
Usia perpanjangan maks.70 tahun (ulang tahun berikutnya).

Masa kepesertaan Polis: 20 tahun

Kontribusi:
Min.Rp300.000/bulan (Rp3.300.000/tahun), Maks. Tidak ada

Mata uang: Hanya Rupiah

Masa tunggu: Tidak ada

Proses Underwriting: Full Underwriting

Riders: Tidak ada

Santunan Asuransi: Min.Rp20juta, Maks. Tidak ada

Pembayaran kontribusi:
Berkala Bulanan, 3 bulanan, 6 bulanan atau tahunan

Periode bayar kontribusi: 10 tahun

FreeLook: 14 hari sejak Polis diterima Pemegang Polis

Grace period:
1 hari sebelum tanggal yang sama di bulan berikutnya dari Tanggal Jatuh Tempo Pembayaran Kontribusi

Pembayaran Kontribusi: **Modal Factor :**

| | | |
|-----------|---|-----|
| Tahunan | → | 11 |
| 6 Bulanan | → | 5,7 |
| 3 Bulanan | → | 2,9 |
| Bulanan | → | 1 |

Gambar. 2 Pembayaran Kontribusi PRUCinta

Pembayaran Kontribusi PRUCinta

Untuk Nasabah
Hemat 1 bulan kontribusi

Untuk Tenaga Pemasar
Komisi Lebih Besar

Lebih Menguntungkan Nasabah Bayar Tahunan

| Frekuensi Pembayaran | Modal Factor Kontribusi Bulanan | Contoh Kontribusi Rp 1.000.000 | Kumulatif Tahun Pertama | Perhitungan APJ |
|----------------------|---------------------------------|--------------------------------|-------------------------|-----------------|
| Tahunan | 11 | Rp 11.000.000 | Rp 3.300.000 | Rp 12.000.000 |
| 6 Bulanan | 5,7 | Rp 5.700.000 | Rp 1.425.000 x 2 | Rp 12.000.000 |
| 3 Bulanan | 2,9 | Rp 2.900.000 | Rp 725.000 x 4 | Rp 12.000.000 |
| Bulanan | 1 | Rp 1.000.000 | Rp 250.000 x 12 | Rp 12.000.000 |

Gambar. 3 Ketentuan Berakhirnya Kepesertaan PRUCinta

Ketentuan Berakhirnya Kepesertaan PRUCinta

- Peserta Utama meninggal,
- Akhir kepesertaan Polis,
- Surrender Polis,
- Santunan meninggal atau manfaat jatuh tempo Polis telah dibayarkan,
- Pemegang Polis melakukan pembatalan (atau mengajukan freeLook) Polis,
- Tidak membayar kontribusi hingga melewati grace period
- Mana terjadi lebih dahulu

Pengecualian Polis PRUCinta

Pengecualian Meninggal

- Bunuh diri, percobaan bunuh diri
- Setiap partisipasi kejahatan atau percobaan kejahatan yang dilakukan oleh pemegang polis
- Ketentuan lain mengacu pada Polis

Meninggal kecelakaan

- Terlibat dalam pertaruhan untuk tidak membela diri
- Cedera karena atau sebagai penyebab penyakit mental
- Ketentuan lain mengacu kepada polis

Gambar. 4 Ketentuan Perubahan Polis PRUCinta

Ketentuan Perubahan Polis PRUCinta

Diperbolehkan

- ✓ Mengubah frekuensi pembayaran Kontribusi

DILARANG

- ❌ Menakik/menurunkan Santunan Asuransi
- ❌ Menakik/menurunkan Kontribusi
- ❌ Penarikan Nilai Tunai
- ❌ Kontribusi dibayar dimula
- ❌ Top Up
- ❌ Pinjaman Polis

Ketentuan Surrender

- ❌ Jika Surrender akan dibayarkan dari dana Nilai Tunai
- ❌ Nilai Tunai pada PRUCinta adalah sejumlah nilai yang akan dibayarkan dari Dana Nilai Tunai dalam hal kepesertaan PRUCinta berakhir dengan mengikuti ketentuan dalam Polis
- ❌ Perhitungan Nilai Tunai mengacu pada tabel Nilai Tunai sesuai Polis.
- ❌ Jika Pemegang Polis mengajukan surrender dalam tahun berjalan (dalam akhir tahun Polis) maka Nilai Tunai akan dibayarkan mengikuti perhitungan secara proporsional pada tabel Nilai Tunai.
- ❌ Perhitungan Nilai Tunai dalam Revisi berdasarkan Kontribusi Polis Standard. Jika Polis Substandard, tambahan Premi Substandard tidak diperhitungkan untuk Nilai Tunai.

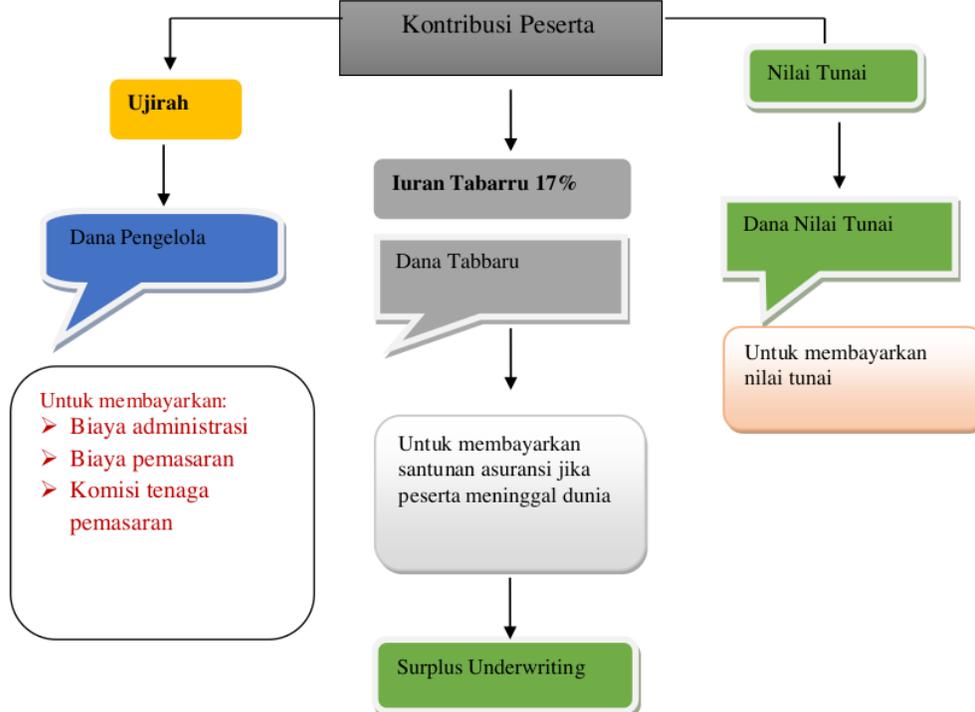
Analisis

Asuransi memiliki peranan penting dalam meminimalisirkan ²²resiko yang terjadi di masa yang akan datang. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat terhadap Perusahaan Asuransi Prudential Syariah Binjai, yang menjadi perhatian baru di kalangan masyarakat dengan hadirnya Perusahaan Asuransi Prudential Syariah Binjai.

Disini penulis akan memaparkan beberapa hasil wawancara dari masyarakat Binjai, ada sebagian masyarakat yang merespon baik dengan hadirnya asuransi dan ada juga masyarakat yang memandang negatif tentang asuransi. Pertama hasil wawancara bersama Bapak Irfan asuransi itu bagus, untuk mencegah resiko kedepannya. Kedua, hasil wawancara bersama Bapak Joshua asuransi itu ada untung ada juga ruginya, dan asuransi itu penting. ketiga, hasil wawancara bersama Ibu Jawariah asuransi bagus jika dengan orang yang ekonominya dikatakan di atas rata-rata, ²⁴tapi bagi orang-orang yang ekonominya di bawah rata-rata preminya sangat mahal. Karena, untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari saja sudah pas-pasan untuk bertahan hidup.

Kemudian ada beberapa masyarakat yang memandang asuransi negatif. Pertama, hasil wawancara bersama Ibu Liliانا asuransi mengandung unsur riba dan kebnyakan melarkan uang nasabah. Kedua, hasil wawancara bersama Ibu Feni bahwa beliau pernah ikut asuransi tapi dananya tidak keluar. Ketiga, hasil wawancara bersama Ibu Devi ia pernah ikut asuransi kesehatan, tetapi menurut pendapat beliau rugi karena dana yang keluar selama 10 tahun tidak keluar semua dananya. Dan ada juga masyarakat yang belum memahami tentang kehadiran asuransi. Contohnya seperti Ibu Eva yang masih kurang mengetahui apa itu asuransi. Kemudian ada Ibu Romaliana yang hanya pernah mendengar asuransi saja tapi tidak mengetahui sama sekali apa manfaat asuransi. Dan yang terakhir ada Bapak Gimana, yang tidak mau tahu mengenai asuransi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan menggunakan metode ilmiah untuk membaca, mengolah, dan menganalisis data untuk menerapkan metode pengumpulan data secara efektif dan system matis menggunakan penelitian kepustakaan serta wawancara dari masyarakat binjai.

Gambar. 5 Alat Kontribusi PRUCinta



KESIMPULAN DAN SARAN

Asuransi syariah disebut juga dengan asuransi ta'awun atau tolong menolong. Asuransi syariah menawarkan produk asuransi baik asuransi jiwa (keluarga) maupun asuransi umum. Asuransi syariah berjalan sesuai konsep persaudaraan yang saling menguntungkan. Asuransi syariah hadir dalam aktivitas ekonomi modern sebagai jawaban atas adanya hajat umat muslim terhadap produk asuransi. Alasan mengapa asuransi syariah hadir adalah agar umat islam punya alternative pilihan asuransi yang sesuai dengan ajaran islam.

Berdasarkan hasil penelitian terlihat bahwa masyarakat Binjai memiliki pandangan yang beragam mengenai asuransi syariah. Ada sebagian masyarakat yang paham akan penting dan manfaat asuransi bagi kehidupannya untuk memperkecil resiko di masa yang akan datang. Ada juga masyarakat yang tidak mau tahu atau tidak sama sekali mengerti tentang hadirnya asuransi. Kemudian, ada juga masyarakat yang merespon baik dan paham tentang asuransi bagi kehidupannya. Adapun penulis menjabarkan salah satu produk yang ada Pt Prudential Asuransi Cabang Binjai memperkenalkan produk Prucinta, manfaat produk prucinta yaitu untuk asuransi jiwa.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar Khoiril 2007. "Asuransi syariah ,halal dan maslahat". Solo: Tiga serangkai.
<http://repository.iainbengkulu.ac.id/480/>. Diakses Pada Tanggal 2 April 2022
<http://repository.uinjambi.ac.id/633/>. Diakses Pada Tanggal 1 April 2022
<http://repository.uinsu.ac.id/id/eprint/9946>. Diakses Pada Tanggal 31 Desember 2022
<https://ejournal.almaata.ac.id/index.php/JESI/article/view/1138> | Jurnal Ekonomi Syariah
Indonesia, Desember 2019, Vol. IX, No. 2
<https://www.neliti.com/publications/84540/pengaruh-motivasi-kerja-kemampuan-kerja-dan-lingkungan-kerja-terhadap-kinerja-ka>. | Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 15, No. 1 Oktober 2014.
Kurniawan Muhammad 2021 "Bank dan Lembaga Keuangan syariah". Indra Mayu: Adab.

Analysis of Public Perception of Prucinta Products at PT Prudential Asuransi Binjai Branch

ORIGINALITY REPORT

23%

SIMILARITY INDEX

21%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

| | | |
|---|---|----|
| 1 | www.penerbitadm.com Internet Source | 2% |
| 2 | Submitted to University of Muhammadiyah Malang Student Paper | 2% |
| 3 | puslit.kemsos.go.id Internet Source | 1% |
| 4 | fakhumuntadzainuddinali.blogspot.com Internet Source | 1% |
| 5 | Submitted to IAIN Bukit Tinggi Student Paper | 1% |
| 6 | muhammad-riza.blogspot.com Internet Source | 1% |
| 7 | eprints.ums.ac.id Internet Source | 1% |
| 8 | kantorpemuda.com Internet Source | 1% |

www.cekaja.com

| | | |
|----|---|-----|
| 9 | Internet Source | 1 % |
| 10 | ejournal.iainbengkulu.ac.id Internet Source | 1 % |
| 11 | Submitted to Universitas Pendidikan Ganesha Student Paper | 1 % |
| 12 | ijansuryadi.blogspot.com Internet Source | 1 % |
| 13 | makalahsekolahan.blogspot.com Internet Source | 1 % |
| 14 | zonaistilah.blogspot.com Internet Source | 1 % |
| 15 | jptam.org Internet Source | 1 % |
| 16 | www.dictio.id Internet Source | 1 % |
| 17 | Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper | 1 % |
| 18 | digilib.uns.ac.id Internet Source | 1 % |
| 19 | eprints.umm.ac.id Internet Source | 1 % |
| 20 | journal.ar-raniry.ac.id Internet Source | |

1 %

21

Khariri Khariri. "MENGAGAS FIKIH MEDIA SOSIAL", Al-Manahij: Jurnal Kajian Hukum Islam, 2019

Publication

<1 %

22

library.gunadarma.ac.id

Internet Source

<1 %

23

Tuty, Dita Wahyu Ningtyas, Widiyanti, Emi, Utami, Beki Wahyu. "KORELASI FAKTOR PEMBENTUK PERSEPSI DENGAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP MEDIA PEMASARAN ONLINE (www.goodplant.co.id)", Universitas Sebelas Maret, 2017

Internet Source

<1 %

24

issuu.com

Internet Source

<1 %

25

jurnalintelektiva.com

Internet Source

<1 %

26

bkpsdm.subang.go.id

Internet Source

<1 %

27

journal2.um.ac.id

Internet Source

<1 %

28

kiswan88.files.wordpress.com

Internet Source

<1 %

29

repository.unj.ac.id

Internet Source

<1 %

30

makalahekonomiku.blogspot.com

Internet Source

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On